

INTISARI

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis gaya hidup, kepercayaan merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Oriflame.

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian adalah kuantitatif dengan metode kausal komparatif yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa STIESIA Surabaya. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi bergand.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Oriflame. Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Oriflame karena merek berperan penting untuk menjadi identitas produk. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Oriflame, karena semakin konsumen mampu mempersepsikan kualitas terhadap produk kosmetik Oriflame maka semakin cepat konsumen melakukan keputusan pembelian.

Kata kunci: gaya hidup, kepercayaan merek, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research is aimed to find out and to analyze life style, brand trust and product quality whether these variables have significant and positive influence to the purchasing decision cosmetic product of Oriflame.

This research is a quantitative research which has been carried out by using comparative causal method i.e. the characteristic of this research is the correlation of cause – effect among two or more variables. The population is all student of STIESIA Surabaya. The sample collection technique has been done by using accidental sampling and the numbers of samples are 100 people. The data analysis technique has been carried out by using multiple regressions analysis.

The result of the research shows that life style gives positive influence to the purchasing decision cosmetic product of Oriflame. Brand trust gives positive influence to the purchasing decision cosmetic product of Oriflame because brand has important role as the product identity. Product quality gives positive influence to the purchasing decision cosmetic product of Oriflame, because when customers are able to percieve the quality to the cosmetic product of Oriflame, the customers will be fast in purchasing decision.

Keywords: lifestyle, brand image, product quality, purchasing decision.

